

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI *INTERVENING* PADA KONSUMEN SITUS JUAL
BELI *ONLINE***

**MIFTA ALIYA FAUZIYAH
1705617116**

**Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

***THE INFLUENCE OF ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH ON
PURCHASE DECISION WITH TRUST AS INTERVENING ON
ONLINE MARKETPLACE CONSUMER***

**MIFTA ALIYA FAUZIYAH
1705617116**

***Thesis is Written as One of The Requirements for Getting Bachelor Degree of
Management on Faculty of Economics State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF SI MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2020***

ABSTRAK

Mifta Aliya Fauziyah, 2019: Pengaruh *Electronic Word-of-Mouth* terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan sebagai *Intervening* pada Konsumen Situs Jual Beli *Online*. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dra. Basrah Saidani, M.Si & Ika Febrilia, SE, MM.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh *electronic word-of-mouth* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tokopedia, 2) Untuk mengetahui pengaruh *electronic word-of-mouth* terhadap kepercayaan pada konsumen Tokopedia, 3) Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tokopedia, 4) Untuk mengetahui pengaruh *electronic word-of-mouth* terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan sebagai pemediasi pada konsumen Tokopedia.

Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini adalah 200 responden yang pernah melakukan pembelian di Tokopedia dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Analisis data menggunakan SEM (*Structural Equation Model*) dari *software* AMOS versi 22 untuk mengolah dan menganalisa data hasil penelitian.

Kata Kunci: *Electronic Word-of-Mouth*, Keputusan Pembelian, Kepercayaan, Tokopedia, SEM.

ABSTRACT

Mifta Aliya Fauziyah, 2019: *The Influence of Electronic Word-of-Mouth on Purchase Decision with Trust as Intervening on Online Marketplace Consumer*. Thesis, Jakarta: Study Program of S1 Management, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory Team: Dra. Basrah Saidani, M.Si & Ika Febrilia, SE, MM.

The purpose of this research are: 1) To determine the effect of electronic word-of-mouth on purchase decisions on Tokopedia consumers, 2) To determine the effect of electronic word-of-mouth on trust in Tokopedia consumers, 3) To determine the effect of trust on purchase decisions on Tokopedia consumers, 4) To determine the effect of electronic word-of-mouth on purchase decisions through trust as a mediator in Tokopedia consumers.

Method of collecting data using survey method with an instrument in the form of a questionnaire. The objects of this study were 200 respondents who had made purchases in Tokopedia in the past one year. Data analysis using SEM (Structural Equation Model) from AMOS software version 22 to process and analyze research data.




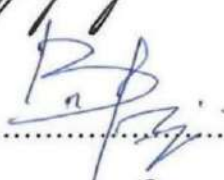

Keywords: *Electronic Word-of-Mouth, Purchase Decision, Trust, Tokopedia, SEM.*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd.
NIP. 19720715 2001121 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D.</u> NIP. 19700212 2008121 001	Ketua		31/01/20
2. <u>Rahmi, S.E., M.S.M.</u> NIP. 19830501 2018032 001	Sekretaris		05/02/20
3. <u>Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.</u> NIP. 19720627 2006041 001	Penguji Ahli		05/02/20
4. <u>Dra. Basrah Saidani, S.E., M.M.</u> NIP. 19630119 1992032 001	Pembimbing I		18/02/20
5. <u>Ika Febrilia, S.E., M.M.</u> NIP. 19870209 2015042 001	Pembimbing II		19/02/20

Tanggal Lulus : 20 Februari 2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 20 Februari 2020

Yang membuat pernyataan



Mifta Aliya Fauziyah
No. Reg. 1705617116



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mifta Aliya Fauziyah
NIM : 1705617116
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / Manajemen
Alamat email : Miftaaliya@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Electronic word-of-mouth terhadap Keputusan
Pembelian dengan Kepercayaan sebagai Intervening pada
Konsumen Situs Jual Beli Online

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 Februari 2020

Penulis

(Mifta Aliya Fauziyah)
nama dan tanda tangan

5. Kedua orang tua yaitu Ibu Cicih Kursih dan Bapak Uhan Suhartono, serta adik terkasih Divia Aliya Nida yang telah melimpahkan semangat, doa dan dukungan baik secara moril maupun materil dari awal proses penelitian hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Rekan-rekan kerja dari PT. Sentuh Digital Teknologi yang telah memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bayu Ajie Wichaksono sebagai teman yang telah memberikan banyak dukungan dan bantuan dalam proses penyelesaian serta pemberkasan dalam penelitian ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan rasa terima kasih atas kebaikan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, 20 Februari 2020



Mifta Aliya Fauziyah

DAFTAR ISI

COVER	i
COVER	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II	11
A. Deskripsi Konseptual	11

1. Keputusan Pembelian.....	11
2. <i>Electronic Word-of-Mouth</i>	14
3. Kepercayaan.....	17
B. Hasil Penelitian yang Relevan	19
C. Kerangka Teoretik	26
D. Perumusan Hipotesis	30
BAB III.....	31
A. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	31
B. Metode Penelitian	31
C. Populasi dan Sampling	32
E. Teknik Pengumpulan Data atau Operasionalisasi Variabel Penelitian\.....	32
1. Teknik Pengumpulan Data.....	32
2. Skala Penelitian.....	33
3. Operasionalisasi Variabel Penelitian	34
F. Teknik Analisis Data.....	37
1. Analisa Deskriptif	38
2. Uji Validitas	38
3. Uji Reliabilitas	38
4. Uji Hipotesis	39
5. Uji Statistik t (Uji t)	39
6. Uji Kesesuaian Model.....	39

BAB IV	43
A. Deskripsi Data	43
1. Variabel <i>Electronic Word-of-Mouth</i> (X).....	46
2. Variabel Kepercayaan (Y)	47
2. Variabel Keputusan Pembelian (Z).....	49
B. <i>Exploratory Factor Analysis</i>	52
1. Variabel <i>Electronic Word-of-Mouth</i> (X).....	52
3. Variabel Kepercayaan (Y)	53
2. Variabel Keputusan Pembelian (Z).....	55
C. <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	56
1. Variabel <i>Electronic Word-of-Mouth</i> (X)	57
2. Variabel Kepercayaan (Y)	58
3. Variabel Keputusan Pembelian (Z).....	59
D. <i>Full Model SEM</i>	60
E. <i>Fit Model SEM</i>	62
F. Hasil Uji Hipotesis	63
BAB V.....	66
A. Kesimpulan	66
C. Saran.....	68
1. Saran Praktis	68
2. Saran Teoritis	68

DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	73
RIWAYAT HIDUP	104



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
I.1	Data Penetrasi Pengguna Internet	2
I.2	E-commerce dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia.....	4
I.3	Kasus Penipuan yang Pernah Terjadi di Tokopedia	5
II.1	Matriks Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
III.1	Skala Likert	33
III.2	Operasionalisasi Variabel	36
III.3	<i>Goodness of Fit Indices</i>	42
IV.1	Nilai Analisa Deskriptif Variabel <i>Electronic Word-of-Mouth</i> (X)	46
IV.2	Nilai Analisa Deskriptif Variabel Kepercayaan (Y)	48
IV.3	Nilai Analisa Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Z)	49
IV.4	KMO and Bartlett's Test <i>Electronic Word-of-Mouth</i> (X)	52
IV.5	<i>Component Matrix Electronic Word-of-Mouth</i> (X)	53
IV.6	KMO and Bartlett's Test Kepercayaan (Y)	53
IV.7	<i>Component Matrix</i> Kepercayaan (Y)	54
IV.8	KMO and Bartlett's Test Keputusan Pembelian (Z)	55
IV.9	<i>Component Matrix</i> Keputusan Pembelian (Z)	55
IV.10	Hasil Uji Reliabilitas	56
IV.11	<i>Goodness of Fit Indices</i>	61
IV.12	<i>Goodness of Fit Indices</i>	63
IV.13	Estimasi Parameter <i>Regression Weights Model</i>	63
IV.14	Hasil <i>Fitted Model</i>	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
II.1	Model Penelitian.....	30
IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	45
IV.5	Model <i>First Order Construct</i> Variabel <i>Electronic Word-of-Mouth</i> (X).....	57
IV.6	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Kepercayaan (Z).....	58
IV.7	Model <i>First Order Construct</i> Variabel Keputusan Pembelian (Y)	59
IV.8	Full Model SEM	60
IV.9	Fit Model SEM	62

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel	Judul	Halaman
1.	Kuesioner	74
2.	<i>Exploratory Factor Analysis</i>	77
3.	Uji Reliabilitas	81
4.	<i>Confirmatory Factor Analysis</i>	84
5.	<i>Full Model</i>	92
6.	<i>Fit Model</i>	95

